

基本情報

設立年： 2006年 **DMO登録年：** 2019年
マネジメントエリア： 和歌山県田辺市
職員数： 24人（常勤 23人（正職員14人・出向等9人）、非常勤1人）
財源： 収益事業（旅行業）231百万円、委託料収入等 71百万円、
 その他 14百万円（R4年度決算）
主な連携事業者： 市内5観光協会並びに県及び周辺市町村、
 各観光関連団体及び事業者（宿泊事業者、交通事業者、
 荷物搬送業者、弁当業者、現地ガイド団体等）

＜地域での実施体制図＞



戦略の策定状況

- 田辺市が2017年に「田辺市世界遺産等を活かした魅力あるまちづくり基本計画」を策定。
- 地域のステークホルダーや地域観光を下支えするサプライチェーン等の意見を勘案して策定した戦略を、地域の多様な関係者（観光協会、宿泊事業者、行政、まちづくり会社、地元金融機関等）で構成される理事会で合意形成。

主要な観光・地域資源

- **世界遺産「熊野古道」**
- **温泉**（湯の峰温泉、龍神温泉、川湯温泉、渡瀬温泉 など）
- **食**（梅干し、みかん、ひろめ、めはりずし、紀州いさぎ など）



主な取組・特徴

- 国内外の個人旅行者に対応したDMOの旅行予約サイト「熊野トラベル」で販売しており、熊野エリアの旅をワンストップで予約・決済が出来るシステムを構築
- 「サンティアゴ巡礼道」を有するスペインのサンティアゴ・デ・コンポステーラ市と2014年に観光交流協定を締結。「二つの道の巡礼者」という共同プロモーションによって、多くの欧米豪インバウンドを誘致
- 外国人旅行者対応のレベルアップセミナー開催や英語音声ガイドを作成
- コロナ禍を受けて、インバウンド以外の国内旅行需要策として、熊野の自然を活用した森林環境学習ツアー（教育旅行）造成や、地域資源のブラッシュアップに取り組む

基本情報

設立年： 1960年 **DMO登録年：** 2017年
マネジメントエリア： 京都府京都市
職員数： 94人（常勤51人（正職員13人・出向等38人）、非常勤43人）
財源： 会費 66百万円、収益事業 696百万円、補助金 343百万円、
 雑収益 4百万円（R4年度決算）
主な連携事業者： 京都商工会議所、京都府観光連盟、京都文化交流コンベンションビューロー、協会会員 1,536社

＜地域での実施体制図＞



戦略の策定状況

- 2022年に京都市において、「京都市観光振興計画2025」を策定。
- 協会においても、上記計画を踏まえて、計画目標達成のための経営戦略2025を策定。
- これに則った事業計画を毎年作成し、理事会、総務企画委員会で審議したうえで、ウェブサイトで公表。

主要な観光・地域資源

- **文化芸術**（華道、芸舞妓、能など）
- **文化財**（世界遺産「古都京都の文化財」や国宝・重要文化財 など）
- **伝統産業**（西陣織、京料理、清酒 など）



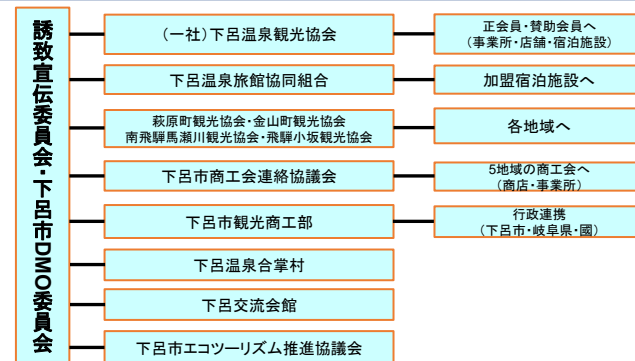
主な取組・特徴

- 文化財の特別公開、三大祭有料観覧席事業
- インバウンド向け体験商品の開発支援
- 海外メディアによる取材支援、商談会の開催
- 公式メディアの運営、観光案内所の運営、災害時の緊急情報発信
- マナー啓発、京都観光モラルの啓発、市民理解醸成
- ビッグデータを活用した混雑予測や、ライブカメラ配信による混雑緩和
- 市内主要ホテル・旅館の統計情報を毎月公表
- 京都観光に関わる事業者および従事者を対象にした調査
- 京都市認定通訳ガイドの育成や従業員向け歴史・文化体験研修
- 旧三井家下鴨別邸、二条城内売店等の施設運営

基本情報

設立年： 1946年 **DMO登録年：** 2017年
マネジメントエリア： 岐阜県下呂市
職員数： 12人（常勤10人（正職員6人、契約職員4人）、非常勤2人）
財源： 補助金 231百万円、負担金収入 15百万円、会費収入 14百万円、
 受託事業 40百万円、収益事業 8百万円（R4年度決算）
主な連携事業者： 下呂温泉旅館協同組合、各地域の観光協会、商工会
 下呂市エコツーリズム推進協議会、協会会員 428件
 （正会員353件、賛助会員75件）

＜地域での実施体制図＞



戦略の策定状況

- 下呂市の策定する下呂市観光計画の第3期計画において、「年間観光宿泊客数130万人」を目標に掲げている。
- 上記計画に基づき、通常総会や理事会、4つの委員会等といった意思決定機関にて、いち早く市場の動向を捉えたプロモーションを実施するために具体的な戦略を誘致宣伝委員会・DMOが中心となって立案している。

主要な観光・地域資源

- **温泉** 下呂温泉（日本三名泉）
- **自然** 巖立峡、小坂の滝めぐり、里山風景、金山巨石群 など
- **その他** 鮎、銀の胼（米）、里山風景、下呂温泉まつり など



下呂温泉街



小坂の滝めぐり

主な取組・特徴

- デジタルプロモーションによるアクセス解析や宿泊データ分析システム・CRMアプリ等を活用し、スピーディー且つ細かい分析による検証可能な戦略を策定
- 宿泊データ等の分析に基づいたプロモーション戦略によって、広告媒体やWEB、イベント出展、キャラバン訪問による多方面からの効果的な誘客活動を実施
- 下呂温泉街での周遊性を高めることを目的としたスイーツ事業の主導や、下呂温泉エリア以外の体験コンテンツを含めて検索・予約できるウェブサイトの構築等を通じて、観光客の消費額や満足度の向上を図り、経済循環の活性化にも寄与